



高等职业院校计算机教育规划教材

Gaodeng Zhiye Yuanxiao Jisuanji Jiaoyu Guihua Jiaocai

电子商务网站建设与实践 上机指导教程 (第2版)

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE YU SHIJIAN SHANGJI ZHIDAO JIAOCHENG

梁露 主编 李多 孙刚凝 副主编 赵春利 刘健 编

- 突出电子商务网站建设流程
- 紧密贴近任务驱动教学方法
- 贯穿电子商务网站建设实例



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



精品系列



高等职业院校计算机教育规划教材

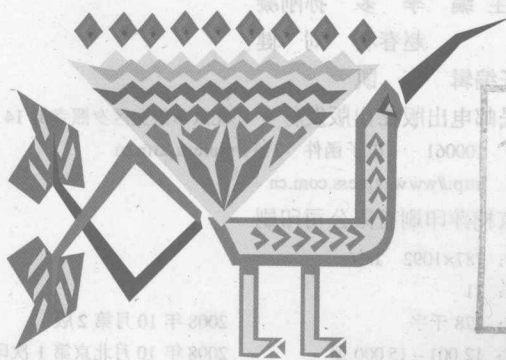
Gaodeng Zhiye Yuanxiao Jisuanji Jiaoyu Guihua Jiaocai

电子商务网站建设与实践 上机指导教程 (第2版)

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE YU SHIJIAN SHANGJI ZHIDAO JIAOCHENG

梁露 主编 李多 孙刚凝 副主编 赵春利 刘健 编

材料以教育为用...
(第2版) 野... 网... 商...



人民邮电出版社
样书
专用章

人民邮电出版社

北京



精品系列

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站建设与实践上机指导教程 / 梁露主编;
赵春利, 刘健编. —2 版. —北京: 人民邮电出版社, 2008.10

高等职业院校计算机教育规划教材

ISBN 978-7-115-18626-3

I. 电… II. ①梁…②赵…③刘… III. 电子商务—网
站—高等学校: 技术学校—教学参考资料 IV. F713.36
TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 119946 号

内 容 提 要

本书为《电子商务网站建设与实践 (第 2 版)》的配套实验指导书。本书通过 30 多个实验, 培养学生的网站规划、网站搭建、网站设计、数据库管理、网站管理、网站推广等方面的能力。全书共分 7 章, 第 1 章为电子商务网站建设规划方面的实验; 第 2、3 章为创建网站技术方面的实验; 第 4 章为数据库管理方面的实验; 第 5 章为网站的管理、维护与安全方面的实验; 第 6 章为网站创建后的推广方面的实验; 第 7 章通过实例模拟网站创建的全过程。

全书每个实验都由实验目的、实验要求、实验目标、问题分析、解决方法和实验步骤组成, 对实验的分析透彻、描述清晰, 方便教师教学和学生自学。

本书知识面宽, 操作性强, 理论难度适中, 适合作为高等职业院校的实验教材, 也可供相关专业技术人员参考。

高等职业院校计算机教育规划教材

电子商务网站建设与实践上机指导教程 (第 2 版)

◆ 主 编 梁 露

副 主 编 李 多 孙刚凝

编 赵春利 刘 健

责任编辑 李 凯

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京楠萍印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 11

字数: 278 千字

印数: 12 001—15 000 册

2008 年 10 月第 2 版

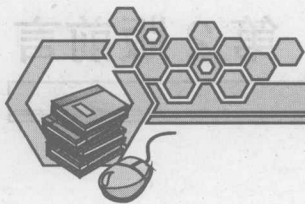
2008 年 10 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-18626-3/TP

定价: 19.00 元

读者服务热线: (010) 67170985 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154



丛书出版前言

目前, 高职高专教育已经成为我国普通高等教育的重要组成部分。在高职高专教育如火如荼的发展形势下, 高职高专教材也百花齐放。根据教育部发布的《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(简称 16 号文) 的文件精神, 本着为进一步提高高等教育的教学质量和服务的根本目的, 同时针对高职高专院校计算机教学思路和方法的不断改革和创新, 人民邮电出版社精心策划了这套高质量、实用型的教材——“高等职业院校计算机教育规划教材”。

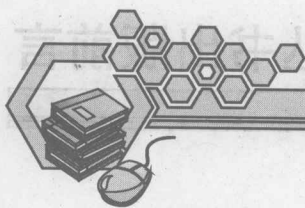
本套教材中的绝大多数品种是我社多年来高职计算机精品教材的积淀,都经过了广泛的市场检验,赢得了广大师生的认可。为了适应新的教学要求,紧跟新的技术发展,我社再一次组织了广泛深入的调研,组织了上百名教师、专家对原有教材做认真的分析和研讨,在此基础上重新修订出版。

本套教材中虽然还有一部分品种是首次出版,但其原稿也经过实际教学的检验并不断完善。因此,本套教材集中反映了高职院校几年来的教学改革成果,是教师们多年来教学经验的总结。本套教材中的每一部作品都特色鲜明,集高质量与实用性为一体。

本套教材的作者都具有丰富的教学经验和写作经验,思路清晰,文笔流畅。教材编写充分体现高职高专教学的特点,深入浅出,言简意赅。理论知识以“够用”为度,突出工作过程导向,突出实际技能的培养。

为方便教师授课,本套教材将提供完善的教学服务体系。教师可通过访问人民邮电出版社网站 <http://www.ptpress.com.cn/download> 下载相关资料。

欢迎广大教师对本套教材的不足之处提出批评和建议!



第2版前言

《电子商务网站建设与实践上机指导教程》自2005年出版以来,受到了许多高等院校师生的欢迎。我们结合近几年来电子商务网站建设技术的发展情况和广大读者的反馈意见,在保留原书特色的基础上,对教材进行了部分修订,这次修订的主要工作如下。

- 对第1版教材存在的一些问题加以改正,对部分章节进行了完善。
- 将操作系统由 Windows Server 2000 升级为 Windows Server 2003,将动态开发工具由 ASP 改为 ASP.NET,并补充了数据库方面的内容。
- 按照网站设计的步骤与知识要点,对全书的实验内容进行了重新梳理,便于学生学习。
- 更新了综合实例。

修订后,本书在保留原有的完整网站建设应用实例的同时,调整了实践环节内容,增加了实验题量,以进一步提高学生的网站建设能力。全书的主线是电子商务网站创建与管理的流程及相关技术,包括网站建设规划、网站平台的搭建、网站的设计与开发、后台数据库的使用、网站的管理与维护、网站的推广和综合实例,特别适合初学者由浅入深地进行学习。在写作过程中,我们选用了大量电子商务应用实例,通过真实的网站建设流程实例,可以使学生较好地掌握建站知识和技能。本教材的参考学时为48学时,适合教师在实验课或实习实训课程中使用。

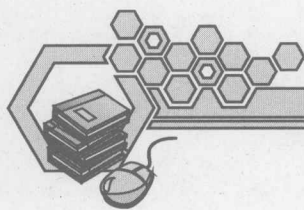
全书共分7章,由梁露主编并统稿,李多、孙刚凝为副主编。第1章由梁露编写,第2章由孙刚凝编写,第3章由赵春利编写,第4章由刘健编写,第5章由李多编写,第6章由梁露、孙刚凝编写,第7章由赵春利、刘健编写。本教材的实验环境由北京财贸职业学院提供,在此表示诚挚的感谢!

由于编者水平有限,书中难免存在缺点和错误,恳请广大读者批评指正。

电子信箱: lianglu1966@163.com

编 者

2008年7月



目 录

第 1 章 电子商务网站建设规划	1	第 5 章 电子商务网站管理	84
实验 1 广泛浏览 B2B 和 B2C 网站	1	实验 1 根据网络拓扑图完成网络设备配置、互联和互通	84
实验 2 登录 ebay 网站, 体验商品分类的优点	4	实验 2 系统后台对用户访问的控制	88
实验 3 登录 www.net.cn 了解建站方案	7	实验 3 客户机访问服务器及相关信息维护	92
第 2 章 网站建设初步	11	实验 4 客户机综合管理与维护设置	94
实验 1 申请域名	11	实验 5 客户端各类开发工具软件的安装与调用	97
实验 2 计算机硬盘的划分及安装网络操作系统—— Windows Server 2003	17	实验 6 系统后台管理制度的建立	100
实验 3 DNS 的设置	19	实验 7 信息数据管理模式的建立与分析	106
实验 4 设置 Internet 信息服务管理器 (IIS)	23	第 6 章 电子商务网站推广	108
实验 5 Web 站点的建立和管理	26	实验 1 使用搜索引擎推广叮当网站	108
实验 6 建立 FTP 站点	31	实验 2 登录 BBS 推广叮当网站	111
实验 7 安装 SQL Server 2000 服务器	34	实验 3 邮件群发推广“叮当”网站	113
第 3 章 电子商务网站设计与开发	38	实验 4 使用新闻组推广叮当网站	116
实验 1 创建一个静态页面——网站首页	38	实验 5 制作网站的旗帜广告	120
实验 2 ASP.NET 运行环境与配置	46	实验 6 网站首页优化实例	123
实验 3 制作一个网站用户登录的 ASP.NET 动态网页	49	第 7 章 综合实例	127
实验 4 创建数据库和数据表	57	实验 1 创建静态网站页面	127
实验 5 数据库存取操作	62	实验 2 创建数据库和数据表	131
第 4 章 数据库的管理与使用	69	实验 3 实现客户信息管理功能	133
实验 1 数据库的创建与管理	69	实验 4 实现书目信息管理功能	147
实验 2 表的创建与管理	72	实验 5 实现订单处理功能	151
实验 3 数据查询语句	76	实验 6 网站发布	164
实验 4 数据更新语句	81	参考文献	169

第1章

电子商务网站建设规划

实验1 广泛浏览B2B和B2C网站

1. 实验目的

创建网站的核心问题是目标定位问题。很多企业在创建电子商务网站的初期,对本企业网站的创建目的不十分明确,对潜在浏览群体不十分清楚。这时,参考一些具有代表性的网站可以受到启发。

2. 实验要求

- (1) 环境准备: 连接 Internet。
- (2) 知识准备: 掌握浏览器的一般使用方法。

3. 实验目标

提出网站建设过程中系统规划的总体思想与原则。

4. 问题分析

(1) 建站目的不明确。企业对为什么要建立电子商务网站,建立电子商务网站对企业有什么益处,企业的经营思想能否通过网站的建设得到进一步体现等诸多问题持观望态度。在规划网站时企业容易出现举棋不定的态势,不利于网站的规划研究。

(2) 目标定位不明确。在已经确定电子商务网站可能为企业带来预期宣传效果或直接利润时,要解决企业的电子商务网站究竟是为什么人、什么企业提供服务的问题,即网站的目标定位问题。目标不明确,企业网站的创建就失去了意义。



5. 解决方法

浏览大量比较成熟的网站,获得较多的信息,对分析本企业的具体情况提供依据,进而明确本企业的建站目的和目标定位。

(1) 亚马逊(Amazon)是一家财富500强公司,总部位于美国华盛顿州的西雅图。亚马逊创立于1995年7月,目前已成为全球商品品种最多的网上零售商。亚马逊致力于成为全球最以客户为中心的公司,以使人们能在网上找到并发掘任何他们想购买的商品,并力图提供最低的价格。亚马逊及其他销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品,如健康及个人护理用品、珠宝和钟表、美食、体育及运动用品、服饰、图书、音乐、DVD、电子和办公用品、婴幼儿用品,以及家居园艺用品等。浏览该网站可以获得企业网站定位思想的启发。

(2) 戴尔(Dell)公司于1998年8月将直线订购模式引入中国。戴尔(中国)公司(以下简称戴尔)在北京、上海、广州、成都、南京、杭州和深圳设有办事处,并有实力将销售及市场拓展到多个主要城市(如沈阳、苏州、武汉和西安),以及100多个二线城市和城属区域。亚太区网址 www.dell.com/ap 目前采用4种语言,包括汉语、英语、韩语和日语,支持亚太地区11个国家的站点。截止到2006年8月4日的第二财季,戴尔亚太及日本地区的出货量增长了27%,几乎是除戴尔外市场增速的3倍。特别是笔记本电脑出货量增长率高达29%。就全年来看,戴尔单位出货量增长了29%,营业额上升26%。2004年初至2005年初,戴尔亚太区及日本的营业额达55亿美元。浏览该网站可以为企业创建电子商务网站确立盈利的信心,这样才能顺利开展网站创建工作。

(3) 首都电子商城在成立之初即作为首都电子商务工程的骨干企业从事电子商务的相关业务。针对北京的经济状况和全国范围内电子商务的发展水平,公司选择了以“在线支付、信任机制、中立第三方”为特征的业务模式,其中“首信支付平台”提供的在线支付业务已成为国内电子商务服务的一大亮点。“首信支付平台”已推出4.0版本,提供服务的国内银行卡已覆盖全国,卡种达60余种,涉及国内19家银行,并提供4种国际信用卡服务。“首信支付平台”交易量持续高速增长。2002年度,“首都电子商城”被中国国家发展计划委员会评为“高技术产业优秀示范工程”;2003年11月17日“首都电子商城”在中国科学技术部委托开发的“电子商务与现代物流区域试点项目”中被评为在线支付及信用系统示范工程。2008年,基于首都公用信息平台的首都电子商城,将为电子商务提供全面支撑服务,包括在线支付、CA认证、安全配置、物流配送等,为网上购物、网上拍卖、网上交易的顺利展开保驾护航。奥运期间的订票、订房、订餐、订车等服务均可在线轻松完成。通过浏览该网站可以看出,网站的目标定位十分明确,主要是提供支付平台,为电子商务的实现创造条件。

(4) 阿里巴巴(Alibaba)是全球企业间(B2B)电子商务的著名品牌,是目前全球最大的网上交易市场和商务交流社区。阿里巴巴网站为来自220多个国家和地区的600多万企业和商人提供网上商务服务,是全球首家拥有百万商人的商务网站。在全球网站浏览量排名中,稳居国际商务及贸易类网站第一。阿里巴巴网站由三个相连网站组成:www.alibaba.com 英文的国际网站面向全球商人提供专业服务,china.alibaba.com 简体中文的中国网站主要为国内市场服务,japan.alibaba.com 日文网站为日本市场服务。该网站服务对象明确,是企业在创建网站初期研究如何定位的样板。

在规划叮当网站时参考了上述网站在明确定位方面的一些思想,将叮当网站定位为以书籍为



主要销售商品的电子商务网站。

6. 实验步骤

(1) 打开 Internet Explorer 浏览器。在地址栏分别输入 www.amazon.com、www.dell.com、www.beijing.com.cn、www.alibaba.com.cn。

(2) 浏览亚马逊网站 www.amazon.com，如图 1-1 所示。



图 1-1 亚马逊网站首页

(3) 浏览戴尔公司的网站 www.dell.com，如图 1-2 所示。

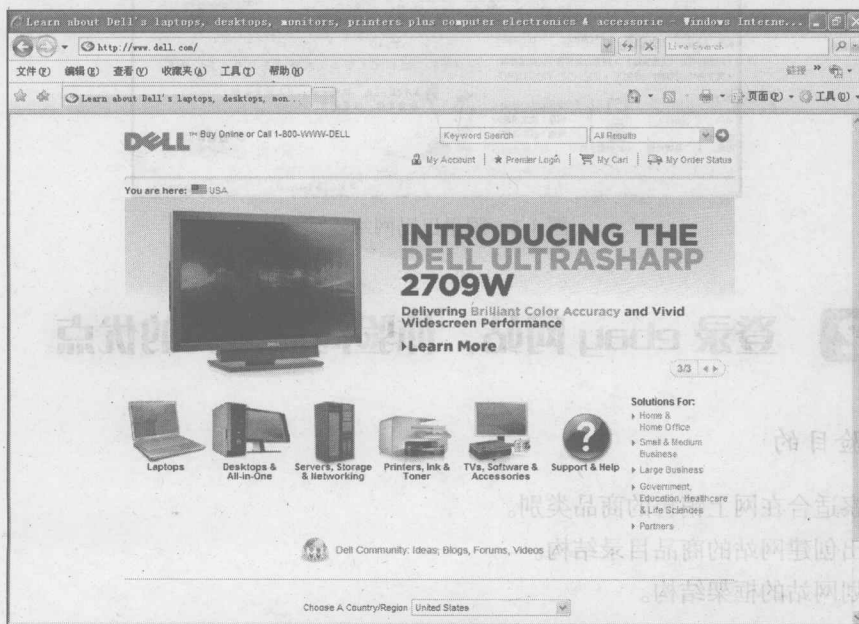


图 1-2 戴尔公司网站首页

(4) 浏览首都电子商城网站 www.beijing.com.cn，如图 1-3 所示。

(5) 浏览阿里巴巴网站 www.alibaba.com.cn，如图 1-4 所示。



图 1-3 首都电子商城网站首页

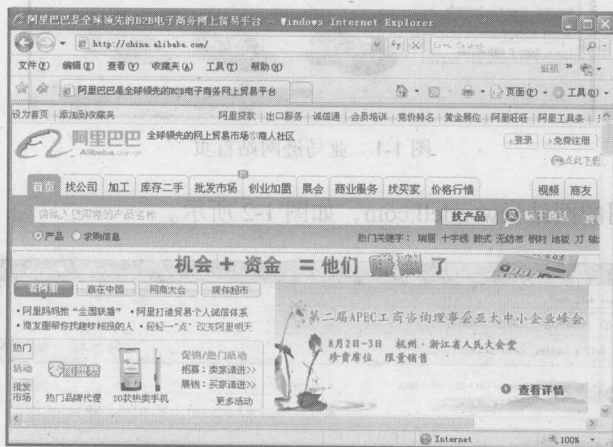


图 1-4 阿里巴巴网站首页

实验 2 登录 ebay 网站，体验商品分类的优点

1. 实验目的

- (1) 观察适合在网上销售的商品类别。
- (2) 提出创建网站的商品目录结构。
- (3) 规划网站的框架结构。

2. 实验要求

- (1) 环境准备：连接 Internet，如果有英文识别障碍可以安装在线翻译平台。
- (2) 知识准备：具有浏览英文信息的能力。



3. 实验目标

(1) 通过观察 ebay 网站, 能够确定企业网站销售商品的分类方法, 方便用户快速浏览, 找到自己所需要的商品或服务。

(2) 确定网站提供服务的大框架, 使浏览者能够在首页上通过网站的提示迅速进入自己需要的页面。

4. 问题分析

(1) 企业产品缺乏科学有效的分类管理方法。

(2) 企业原有的业务流程比较复杂, 不适合直接用于电子商务。

5. 解决方法

(1) 参考众多网站的商品分类方法, 对企业的产品或服务进行细致的分类, 以便于在企业电子商务网站上迅速找到企业提供的商品或服务。

(2) 进行企业业务流程的改造, 选择出适合在网上销售的商品, 分析这部分商品从生产到销售的过程, 简化环节, 实现快速交易的目的。

(3) 针对企业的所有商品或服务进行规划, 将与企业相关的、用户最关心的问题放在首页明显位置, 便于进行消费引导。

浏览 ebay 的网站可以获得多种关于商品管理、网站业务管理的信息, 有助于帮助企业完成网站框架规划。在规划叮当网站时参考了 ebay 的商品管理经验和网站主要功能陈列经验。

6. 实验步骤

(1) 按照用户需要的商品查询。

① 打开 ebay 公司的网站首页 www.ebay.com, 如图 1-5 所示。可以看到在中心部分显示的是用户最经常使用的“Sign In”和“Register”; 将 Buy 和 Sell 放在右上角醒目的位置排列, 使浏览网站的人可以方便地了解该网站主要服务的使用方法。

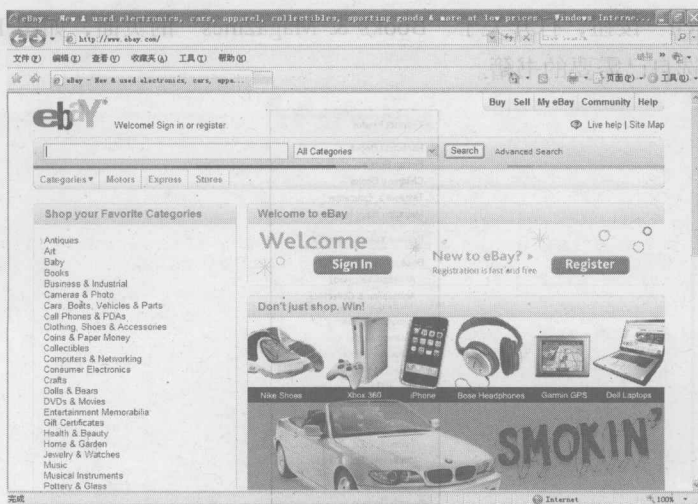


图 1-5 ebay 网站首页



② 在查找所需商品框中输入要检索的内容“pen”，如图 1-6 所示。



图 1-6 输入所需商品查询页面

③ 单击“Search”按钮，查找到所需商品大类的页面，如图 1-7 所示。

④ 如果希望进一步了解某商品的情况，单击欲查询条目，如“ZEBRA”打开该商品的页面，如图 1-8 所示。可以看到关于 ZEBRA 笔的图片、单价等更为详尽的信息。

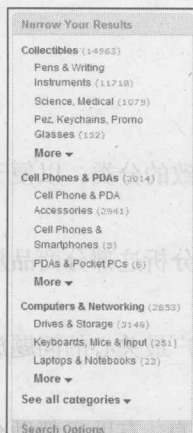


图 1-7 关于 pen 的查询结果页面



图 1-8 关于 ZEBRA 笔的详细信息页面

(2) 按照网站提供的商品类别查询。

① 单击浏览所需类别框的下拉按钮，找到“Books”，如图 1-9 所示。

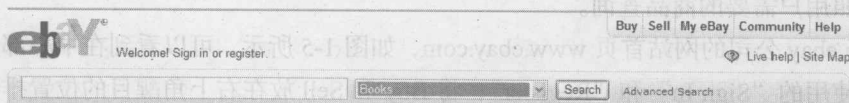


图 1-9 在类别框中选择“Books”商品类别

② 单击“Search”按钮，打开关于“Books & Magazines”的页面，如图 1-10 所示。用户可以在这里进一步挑选自己需要的书籍。

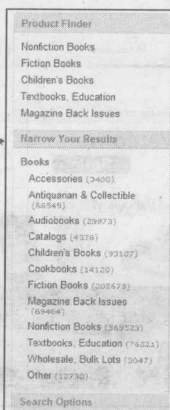


图 1-10 查询到的关于书籍全部商品的页面



(3) 按网站提供的购买提示进行。

ebay 提供了用于直接购买的导航栏,只要单击“Buy”栏目就可以直接进行相关商品的浏览,如图 1-11 所示。ebay 将商品分为艺术品、婴儿用品、书籍等类别。

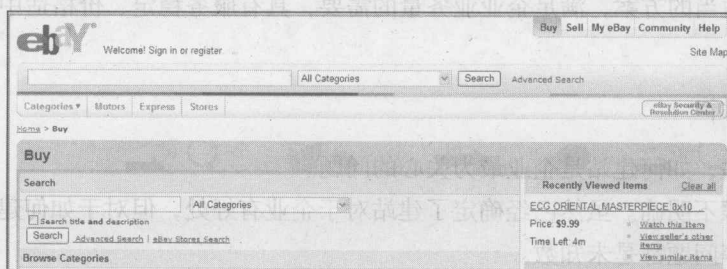


图 1-11 Buy 页面

(4) 按网站提供的销售提示进行。

ebay 提供了用于直接销售的导航栏,只要单击“Sell”栏目就可以直接了解如何进行相关商品的销售,如图 1-12 所示。ebay 将销售活动分为如何在 ebay 上实现销售以及为什么在 ebay 上进行销售,以支持用户的各种销售活动。

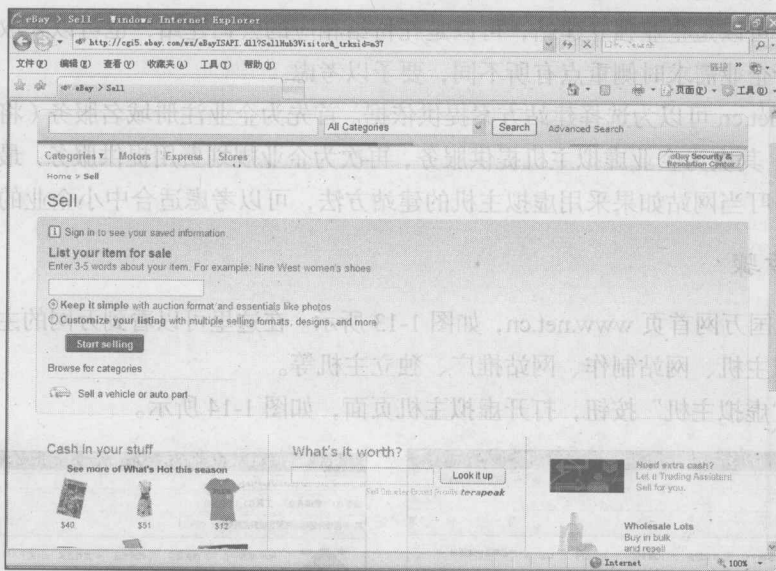


图 1-12 Sell 页面

实验 3 登录 www.net.cn 了解建站方案

1. 实验目的

通过浏览该站,分析企业建站的步骤与方法。

2. 实验要求

(1) 环境准备:连接 Internet。



(2) 知识准备：掌握创建网站的基本方法（独立建设、主机托管、租用空间）。

3. 实验目标

为网站选择适当的方案，满足企业业务量的需要，具有服务稳定、价格适中、沟通便利、易于扩展的特点。

4. 问题分析

(1) 谁来建站，如何建站是企业最为关心的问题。

(2) 建站步骤不明确。虽然已经确定了建站对于企业有好处，但对于如何建站，经过怎样的步骤就可以实现等问题都是未知数。

5. 解决方法

(1) 参考 www.net.cn 网站推荐的建站方案，明确建设网站的步骤一般经过网站规划、域名注册、服务器配置、网页设计、网站测试与发布、网站管理与维护、网站推广等步骤就可以实现。

(2) 详细分析企业需求，将访问量、企业邮箱个数、对安全的要求、企业能够承受的成本等要素进行分析，然后选择满足这些条件的建站方案。

(3) 建站时可以是企业独立建站，可以是托付给相应的公司建站，也可以采取双方合作的方式建站。在分析企业需求时侧重点有所不同，要予以考虑。

浏览 www.net.cn 可以为选择建站方案提供依据。首先为企业注册域名服务（将在第2章的实验中详细介绍），其次为企业虚拟主机提供服务，再次为企业规划费用提供服务，最后为企业推广网站提供服务。叮当网站如果采用虚拟主机的建站方法，可以考虑适合中小企业的方案。

6. 实验步骤

(1) 打开中国万网首页 www.net.cn，如图 1-13 所示。在这里可以看到万网的主要服务包括域名、邮箱、虚拟主机、网站制作、网站推广、独立主机等。

(2) 单击“虚拟主机”按钮，打开虚拟主机页面，如图 1-14 所示。



图 1-13 万网首页



图 1-14 虚拟主机页面



(3) 单击“查看详细”按钮,打开关于 2 980 元/年方案的详细介绍,可以看到主机空间与流量、操作系统说明、邮箱管理说明、数据库功能说明、服务器安全保障说明等信息,如图 1-15 所示。

(4) 在“虚拟主机”页面中,单击“标准企业 A 型”下的“查看详细”,可以看到关于主机+邮箱的组合方案,如图 1-16 所示。

(5) 在万网的首页,拖动滚动条可以看到万网推荐的建站方案,包括价格信息、空间信息、数据库信息和邮箱信息等,如图 1-17 所示。

(6) 在万网的首页单击“网站推广”,打开网站推广页面,可以看到经济型企业推广方案的两类项目内容,如图 1-18 所示。

产品名称	G享主机-G5型	G享主机-G10型
产品价格	2980元年 送14200积分年	5800元年 送27300积分年
操作系统	Windows Server 2008	Windows Server 2008
基本属性		
空间及流量		
独立网页空间	5G	10G
额外增加网页空间	—	—
独立日志文件空间	不限,保留3个月	不限,保留3个月
流量限制	30GB/月	100GB/月
数据库		
ACCESS (100MB以内)	✓	✓
SQL Server 2005	1G	1G
My SQL 5.0	1G	1G
额外购买数据库	1G个(300元/个年)	1G个(300元/个年)
独立IP NEW	1个	1个
域名		
域名绑定个数	20个(含中英文)	40个(含中英文)
邮箱		
独立企业邮箱空间	5G	10G
邮箱帐号数量	5个	10个
平均每帐号空间	1G	1G
WebMail	✓	✓

图 1-15 2980 元/年方案详细信息

标准企业A型虚拟主机 10G空间+10个邮箱
适合小型、中小型企业搭建企业网站,充分展示企业风采。

780元/年
② 11型空间+邮箱
购买

标准企业B型虚拟主机 20G空间+20个邮箱
适合中型、中大型企业搭建企业网站,充分展示企业风采。

631元/年
② 五年单价
购买

主机空间及流量
150MB独立网页空间、100MB独立企业邮箱空间、50MB独立日志文件空间、8GB/月流量

机房条件
中国电信和中国网通机房任意选择—速度测试 NEW、符合国际A级数据中心标准,电信级机房服务、千兆光纤高速连接CHINANET骨干网,实现互联互通、双路交流供电+智能UPS+专用柴油发电机,永不断电、抗静电机房环境,24×7的网络监控,24×7的安全保卫

服务器及操作系统
INTEL机架式服务器、Windows 2000 Advanced Server平台、UNIX 平台

主机功能支持
24×7的FTP访问管理、独立CGI目录、管理口令自行更改、Windows: ASP、Active Perl、UNIX: Perl、PHP 4.3.11 (zend) 全面支持WAF协议,免费提供WAF工具箱 NEW

企业邮箱功能
10个Email企业邮箱、10MB单个信箱平均空间、5MB单个Email大小限制、Web界面信箱管理、自动回复、自动转发、POP3、SMTP方式收发信、SMTP发信认证、邮件过滤、邮件拒收、邮件夹管理、页面风格定制、定制邮件数、定制邮件大小、邮件域管理、邮件空间

图 1-16 建站方案页面

域名注册 国际、国内双重认证权威注册商 [更多]

顶级域名 .cn 100 国际顶级域名 .com 139
中国标识,全球开放,抢得先机,把握商机 国际标识,全球通用,先注册先得
机 速(15元/个) 5元/个 火爆注册中 锁定域名空间网站
购买 查看详情 购买 查看详情

虚拟主机 稳定、安全、高效、多线路 [更多]

标准企业B型 1150 200MB网页空间、200MB企业邮箱、50MB数据库-MYSQL/MySQL
购买 查看详情

专享主机 5800 Windows 2003/UNIX系统 50硬盘空间 512M内存 SQL/MySQL数据库 远程桌面
购买 查看详情

企业邮箱 高速度、防垃圾、防病毒 [更多]

绿色G邮箱 1000 每个帐号1G,大附件,DLT方式及活购买! 购买前 查看详情

集团邮局 9900 100空间,200个信箱,支持多个域名,加密传输超大附件! 购买前 查看详情

图 1-17 万网推荐方案页面

经济型 企业推广方案 更多服务

项目名称	服务标准	价格	服务申请
香港顶级域名	不点击不收费 每次点击费用0.20元起	2500元起 秒8000分	购买
雅虎目录加注	不成功不收费 7日内反馈	3500元/网站/年 秒8000分	购买

各项服务标准详情请点击各厂商页面查看。

图 1-18 网站推广内容

(7) 单击标准型企业推广方案的“更多服务”选项,可以看到关于企业推广方案的详细说明,包括服务商、项目名称、价格、服务标准等内容,如图 1-19 所示。



**经济型**企业推广服务

服务商	项目名称	价格	服务标准
新浪	基本加注	500元/网站/年	订购
广告	海欧口型	2500元起	订购

=== 网站推广业务办理及咨询 ===
联系电话：010-64242299-8219/8213/8246/8235
联系信箱：webpr@china.com
各地办事机构：北京 上海 广州 深圳 武汉 成都 杭州 南京 青岛 西安 大连 厦门 无锡

图 1-19 经济型企业推广服务页面

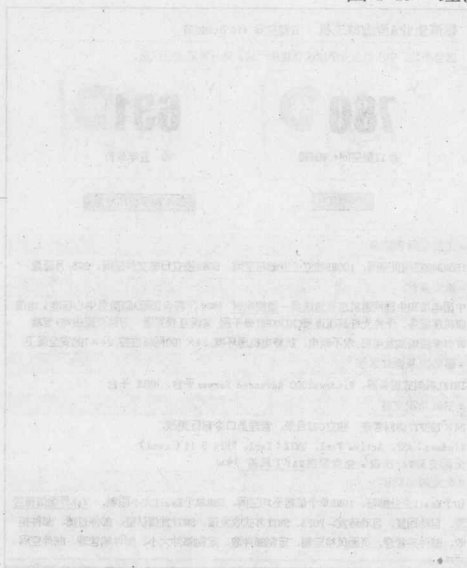


图 1-18 页面列表

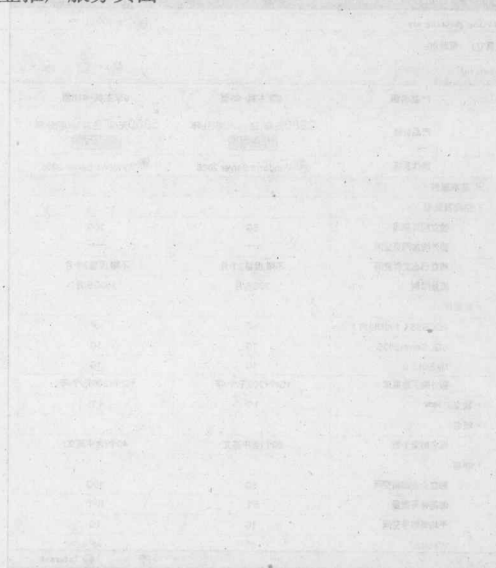


图 1-17 信息列表



图 1-16 内容列表



图 1-15 页面列表

第2章

网站建设初步

实验1 申请域名

1. 实验目的

- (1) 为网上书店设计一个有意义的域名，如“叮当”。
- (2) 了解域名代理服务机构名称与网址，熟悉申请域名的整个流程与管理机构。

2. 实验要求

- (1) 环境准备：有能够连接 Internet 的计算机。
- (2) 知识准备：互联网知识、域名知识。

3. 实验目标

- (1) 设计、申请一个好记忆，又与网站主体内容相一致的域名。
- (2) 域名要选择简短、切题的文字。
- (3) 域名不应与其他单位的商标或企业标识发生冲突。

4. 问题分析

- (1) 域名太长。企业名称很长，为了保持一致，域名也很长。
- (2) 域名无特点、不易记住。对域名的作用理解不够，没有充分挖掘企业标识和企业文化中蕴涵的潜力。
- (3) 不能反映网站主题内容。域名中除了中心词很重要外，其他部分也很关键。网站主题也可以靠非中心词体现。